



VOCES Y ROSTROS

de las economías populares de

Bolívar

Proyecto investigativo

Caracterización

de la población de las economías
campesinas y populares

Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas
Coordinación Nacional de Relacionamento con la Ciudadanía
2024

Contenido

Presentación.....	6
<i>Introducción</i>	11
<i>Aspectos Metodológicos</i>	14
 Generalidades de las economías populares	16
<i>¿Qué son las economías populares?</i>	16
<i>La relación entre micronegocio y las economías populares</i>	18
<i>¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares?</i>	19
<i>Las Economías Populares en el departamento de Bolívar</i>	22
<i>Municipios priorizados y participación de las comunidades</i>	25
 Dimensiones de la Población de las economías populares	26
 Dimensión social	28
<i>El relevo generacional en las economías populares</i>	36
 Dimensión cultural.....	37
<i>Riqueza cultural y musical del caribe colombiano</i>	38

Dimensión productiva	42
<i>Sector servicios</i>	44
 Dimensión organizativa.....	47
 Dimensión ambiental	51
 Recomendaciones para el impulso de la economía popular desde la oferta de servicios SENA	56
 Conclusiones	57
<i>Dimensión Social</i>	57
<i>Dimensión Cultural</i>	58
<i>Dimensión Organizativa</i>	59
<i>Dimensión Productiva</i>	59
<i>Dimensión Ambiental</i>	60
 Tabla de siglas	61
 Glosario.....	62
 Referencias	66

Presentación



Jorge Eduardo Londoño Ulloa Director General SENA

El campesinado y las personas que integran las economías populares en Colombia han desempeñado durante décadas un papel fundamental en el impulso y crecimiento económico del país. Su labor ha permitido la supervivencia y bienestar de familias y comunidades que, en su mayoría, han sido marginados de las dinámicas económicas predominantes.

Sin embargo, históricamente, tanto el trabajo de estas personas, como la garantía de sus derechos y su bienestar no han sido protagonistas de las conversaciones, acuerdos y acciones que se movilizan y priorizan desde la legislación y de los mecanismos que transforman las políticas en las realidades tangibles para las poblaciones rurales y urbanas que vinculan su labor, actividad y trabajo en las economías populares y campesinas.

Es importante destacar que se habla de economías (en plural), ya que las prácticas de las economías campesinas y populares se distancian de las lógicas capitalistas y ortodoxas. Su objetivo no es la maximización y acumulación de los ingresos, ni la concepción del trabajo como una mercancía. Por el contrario, desde sus unidades productivas, buscan velar por el cuidado y el bienestar de sus familias, comunidades, tierras y territorios, en sus dimensiones fisiológicas, sociales y culturales.

Estas economías están profundamente enraizadas en los bienes ambientales y el tejido social que las sostiene, configuradas por los repertorios culturales que forman parte de las luchas y reivindicación por el reconocimiento de sus derechos, prácticas y saberes.

En el ámbito popular urbano, según Confecamaras, la economía popular está vinculada, en un 92 % a microempresas y a su población laboral asociada. No obstante, muchas unidades productivas, domésticas y familiares no están registradas, lo que sugiere una cifra mucho mayor a la reportada. Además, según la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (DANE), en Colombia, 10.64 millones de personas mayores de 15 años se identifican como campesinas, sujetos de especial protección constitucional que desarrollan actividades vinculadas a la economía campesina.

Frente a esta realidad, el Gobierno Nacional “Colombia Potencia Mundial de la Vida”, y la Dirección General del SENA han puesto en marcha dos estrategias clave: CampeSENA y Full Popular. Estas iniciativas buscan visibilizar, acompañar, asesorar y brindar herramientas flexibles y adaptadas para responder de manera más precisa a las necesidades de estas poblaciones.

Con estas iniciativas, el SENA reconoce integralmente los derechos del campesinado y de las personas de las economías populares, fortaleciendo su calidad de vida y las formas subyacentes de vivirla, teniendo en cuenta sus territorios y economías. Este es el camino propuesto para saldar la deuda histórica del Estado colombiano con el campesinado, avanzar en el reconocimiento constitucional de sus derechos y contribuir a la implementación de políticas públicas que

garanticen su bienestar, el derecho a la alimentación y el fortalecimiento de la soberanía alimentaria.

Desde la misionalidad institucional, es importante reconocer las formas en las que el campesinado construye conocimiento y trabaja en la interacción constante con su territorio. Esta dinámica genera una diversidad económica, social, ambiental y cultural que, al ser potencializada, puede reducir la desigualdad, promover la equidad, el desarrollo y la construcción de paz en los territorios.

En cuanto a la población de las economías populares, el SENA implementó la estrategia Full Popular, que busca contribuir al crecimiento económico de sus unidades de negocio mediante el fortalecimiento de sus capacidades técnicas, productivas, asociativas y de comercialización. Esto con el fin de promover la igualdad social, cultural y económica, desde una asistencia integral, diferencial e incluyente que aumente su sostenibilidad e independencia.

Por esto, el SENA planteó la tarea de la caracterización considerando los circuitos migratorios y los vínculos ciudad-región, del campo y las ciudades, establecidos en el contexto colombiano de violencia, desplazamiento forzado, concentración de tierras y ausencia de la reforma agraria.

Lo anterior, ha establecido como normalidad el desarraigo y el desplazamiento a las ciudades de muchos campesinos y en su transición como fuerza de trabajo disponible, en la vida urbana se han sumado a la población de trabajadores que forman parte de las economías populares, también diversas, aportando a la reducción de la desigualdad.

Para avanzar en esta tarea, la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas adelantó el proyecto de Caracterización de la población de las economías campesinas y populares. Este busca conocer y caracterizar al campesinado colombiano arraigado en las veredas, así como a los sujetos de las economías populares que se ha consolidado en las regiones y ciudades del país.

La histórica presencia del SENA en los territorios y las acciones construidas en conjunto con la población de los 32 departamentos de Colombia han consolidado una institución con arraigo y legitimidad para contribuir en el reconocimiento y la caracterización de la población. Esto permite considerar sus características específicas en cada territorio, identificando brechas, necesidades y logros alcanzados, con el fin de brindar servicios más adecuados y flexibles que promuevan sus derechos y dignidad.

De esta manera, se fomenta el desarrollo de circuitos productivos, la asociatividad y la productividad con distribución equitativa, elevando la calidad de vida del campesinado y de las personas dedicadas a las economías populares.

Este trabajo fue realizado a través del diálogo y la participación, considerando las experiencias personales y los relatos de vida para comprender las formas individuales y grupales de ser y convivir de estas poblaciones.

La presencia institucional en las distintas regiones permite al SENA reconocer las diversas formas de trabajo y economías asociadas a la geografía y cultura del campesinado, así como su relación con la población de las economías populares, producto de procesos de poblamiento y territorialización.

Estas poblaciones, en su relación con la tierra y mediante su trabajo, aportan a diversos sectores de la economía, a los procesos de urbanización y a la configuración de mercados de trabajos urbanos.

Es importante resaltar la significativa contribución de los campesinos a la seguridad alimentaria, al sostenimiento de los mercados de trabajo urbanos y la configuración de iniciativas productivas en el marco de las economías populares, así como la especial labor de las mujeres en todas las actividades de cuidado comunitario y familiar que permiten la reproducción de la fuerza de trabajo para los distintos sectores productivos del país.

Introducción

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) cumple la labor de promover el desarrollo social y técnico de las personas trabajadoras del país. A través de su formación profesional integral, facilita la incorporación de las personas en actividades productivas que contribuyen al crecimiento social, económico y tecnológico de Colombia, de acuerdo con el artículo 2° de la Ley 119 de 1994.

La Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas, a través de la Coordinación Nacional de Relacionamiento con la Ciudadanía tiene como función, entre otras, caracterizar los grupos de valor e interés de la Entidad; dirigido a facilitar el diseño y ejecución de estrategias para promover la participación, rendición de cuentas, simplificación de trámites, transparencia y atención al ciudadano, ajustándose a sus particularidades, necesidades y expectativas.

Mediante las estrategias CampeSENA y Full Popular, el SENA busca aunar esfuerzos interinstitucionales para caracterizar estas poblaciones y brindar una atención integral y diferencial, a través del proyecto de inversión **‘Fortalecer la prestación integral de los servicios del SENA para la población de las economías campesinas y las economías populares’**.

El proyecto está orientado a fortalecer la información sobre la población de las economías campesinas y de las economías populares para reorientar la oferta integral del SENA; para ello, un equipo multidisciplinario recorrió en 2024 diversas regiones del país, 18 departamentos y 70 municipios, dialogando con comunidades campesinas, indígenas, productores agropecuarios, pescadores, asociaciones de comerciantes, propietarias y propietarios de micronegocios, vendedores informales, artesanos y artesanas, entre otros, para recopilar sus saberes, intereses y expectativas.

El trabajo se materializó en cartillas que presentan, desde las voces y los rostros, orientaciones para el equipo directivo a nivel nacional y regional, en el planteamiento de acciones de atención que fortalezcan, adapten y flexibilicen las prácticas, procesos y servicios institucionales, respondiendo con pertinencia y calidad a las necesidades de la población campesina y de economías populares de Colombia.

Cada cartilla cuenta con siete apartados: en el primero, se presentan datos generales sobre la población campesina del departamento, centros de formación del SENA y la experiencia del equipo investigador con la población y los municipios priorizados.

En los siguientes apartados, se describen las dinámicas productivas, territoriales, ambientales, organizativas y culturales que distinguen cada región con información de tipo cuantitativo, incorporando el análisis de los microdatos procesados para el departamento; y cualitativo, tomando la información recopilada en el trabajo desarrollado con la comunidad, a través de los grupos focales y los diálogos con las comunidades en los municipios priorizados.

El último apartado contiene las recomendaciones que el equipo investigador sugiere, con el fin de adecuar y reorientar los servicios ofrecidos, garantizando una mayor pertinencia para las poblaciones de las economías campesinas y populares.

Este ejercicio de sistematización tiene como objetivo destacar las características, necesidades y expectativas de la población campesina, haciendo énfasis en los relatos y testimonios de la población que dan cuenta de sus estilos de relación, experiencias, formas de organización, realidades territoriales, dinámicas productivas y socioculturales.

Con base en esta información se plantean algunas recomendaciones para que la Dirección General, las regionales y los centros de formación puedan incorporarlas en la programación indicativa y en los planes de acción regional, con el fin de responder a las necesidades de las comunidades en sus contextos.

El equipo que lideró el proceso de interacción con la población y la comunidad se conformó por un grupo interdisciplinario con profesionales de las ciencias sociales y de la salud; antropología, ciencias políticas, sociología, trabajo social, comunicación social y veterinaria.

El análisis de sus realidades surgió a partir de reflexiones desde cada campo de conocimiento, buscando resignificar las formas de vida de la comunidad y recuperar la memoria social. De esta manera, se logra tener una aproximación a sus relatos para comprender e interpretar las formas individuales y grupales de convivir en la ruralidad.

El documento también contribuye como fuente de consulta para el campesinado, entes departamentales y municipales, organizaciones y agencias de cooperación para orientar sus políticas, planes, programas y proyectos del sector rural donde habitan campesinos.



Aspectos metodológicos

El proyecto de “Caracterización de la Población de la Economía Campesina y Popular” tiene un alcance de tres fases que se desarrollarán durante las vigencias 2024 a 2026. Su objetivo es recopilar y analizar información sobre las economías campesinas y las economías populares. En 2024, se centró en la recolección de datos contextuales y la realización de un diagnóstico regional, mediante trabajo de campo y consulta de fuentes secundarias.

En 2025, se actualizará y ampliará la información del primer año, incorporando nuevas perspectivas territoriales, complementado y actualizando el contenido de las cartillas.

Finalmente, en 2026, el análisis se enfocará en los datos del SENA, integrando elementos clave de los años anteriores para presentar una versión final de las recomendaciones, con el fin de adaptar la oferta y servicios institucionales a las necesidades de las poblaciones de las economías campesina y popular.

La investigación adelantada a la fecha se desarrolló en varias etapas. Comenzando por una revisión bibliográfica de fuentes institucionales y académicas, centrada en identificar los conceptos clave que guían la caracterización de las poblaciones y temáticas del proyecto.

El marco de referencia del proyecto comprende los ejes y catalizadores del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia de la Vida”, los planes de desarrollo departamentales y municipales, los Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial (PIDARET); así como el plan estratégico del SENA y los planes sectoriales, que incluyen los enfoques diferenciales que implementa la Entidad.

La metodología del proyecto combina datos cualitativos y cuantitativos, con el fin de lograr una mejor comprensión de las poblaciones que constituyen los grupos de valor de la Entidad. Esto incluye familias y comunidades campesinas, indígenas, afrocolombianas, raizales y palenqueras, que basan su sustento ya sea en el marco de la economía campesina o como actores de las distintas unidades económicas de la economía popular y quienes son destinatarias de los servicios del SENA.

Para la implementación de los datos cualitativos, se realizaron grupos focales y entrevistas en campo con actores locales que basan su sustento ya sea en el marco de la economía campesina o como actores de las distintas unidades económicas de la economía popular; los datos cuantitativos, fueron extraídos de fuentes como datos abiertos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), incluyendo la Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), la Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV), la Encuesta de Micronegocios (EMICRON), la Encuesta de Cultura Política (ECP) de 2023, el Censo Nacional de Población y Vivienda (CNPV) de 2018 entre otros.

En 2024, el equipo de caracterización visitó 18 departamentos y 70 municipios, priorizados en trabajo conjunto con las Coordinaciones Regionales de Relaciones Corporativas e Internacionales de las 33 regionales del SENA, estableciendo los criterios para la selección de los municipios, sumando las recomendaciones de los Coordinadores Regionales.

Finalmente, durante la fase de alistamiento, fue necesario replantear algunos municipios o rutas según las condiciones de seguridad, accesibilidad y otros factores relevantes en cada departamento. La información recopilada en los grupos focales y entrevistas fue transcrita y sistematizada a través de matrices de análisis, destacando citas textuales relevantes.

Las bitácoras de campo y el intercambio de experiencias del equipo complementaron el análisis, dando paso a la redacción de las cartillas, que integran tanto datos cualitativos como cuantitativos.



Generalidades de las economías populares

¿Qué son las economías populares?

El concepto de economía popular no es nuevo, pero si ha evolucionado con el tiempo. Hablar de economías populares es incluir una serie de discusiones que abarcan el autoempleo, las unidades productivas de pequeña escala. Existe entre los límites de la formalidad e informalidad, las economías inclusivas, la asociatividad, la reindustrialización, los micronegocios y el bajo valor agregado, entre otros.

Por lo anterior, y a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 “Colombia Potencia Mundial de la Vida” (PND, 2023, p. 135), se llega a la comprensión de la economía popular desde la siguiente imagen:



Fuente: Elaboración propia a partir del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 (PND, 2023, p. 135)

En relación con este concepto, Jorge Eduardo Londoño Ulloa, director general del SENA, durante el lanzamiento de la estrategia Full Popular, mencionó: “La economía popular es la economía de los excluidos, de los ninguneados, de aquellos que no forman parte del mercado laboral y se ven obligados a crear su propio trabajo...” (29 de agosto de 2023). Por ello, para las discusiones en Colombia, lo fundamental de esta economía, son las personas.

Al respecto el presidente Gustavo Petro Urrego, durante este mismo evento, puntualizó: “La gente no se divide entre informales y formales,

la gente es trabajadora, punto...” (SENA, 2023, 50:02). A partir de esto, se entiende que son las personas quienes mueven esta economía y es con ellas con quienes es necesario trabajar para potencializar el conocimiento que ya tienen, transformándolo en una fuente de trabajo sostenible.

Los actores de las economías populares son muy diversos, y la gran mayoría de ellos enfrenta diferentes situaciones que complejizan su actividad. Entre estos desafíos se encuentran el no tener un ingreso salarial fijo, formas de protección social, acceso a crédito, entre otras. Por lo tanto, reconocer a los protagonistas de esta economía implica entender que los sectores populares no se limitan a sobrevivir, si no que viven (Roig, 2017).

La relación entre micronegocio y las economías populares

Es importante comprender que las actividades productivas que forman parte de las economías populares, son de baja escala, es decir, son las realizadas por trabajadores de los sectores populares, en este contexto, el país ha implementado metodologías para poder conocer como desde las cifras, se constituyen dichas actividades productivas.

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) define a un micronegocio como ‘Unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción’

(DANE, 2024, p. 3).

En ese sentido la Encuesta de Micronegocios del DANE (EMICRON) ha definido características de las personas dueñas de los micronegocios en Colombia como propietarias o poseedoras de los medios de

producción con los cuales desarrolla su actividad económica, también prestan sus servicios profesionales, sin ser subordinados.

Son responsables de la deuda u obligación contraída en el proceso de producción, comercialización o prestación de servicios que le genera ingresos; buscan sus clientes, sus negocios pueden ser operados por una sola persona.

Por ello las cifras mostradas en EMICRON permiten caracterizar los datos cuantitativos de la población y de los micronegocios que hacen parte de las economías populares (DANE, 2024).

¿Cuáles son los sectores que hacen parte de las economías populares?

En primer lugar, es necesario entender que, al tratarse de actividades que surgen de la necesidad de la población por obtener un sustento económico, estas son suficientemente diversas lo que hace difícil su clasificación. Sin embargo, en ella se encuentran presentes los vendedores ambulantes, tenderos, comerciantes, teatreros, cuenteros, artesanos, personas dedicadas a la producción de comidas típicas y entre muchos otros.

Estas personas hacen parte de una economía de subsistencia, donde, según Coraggio (2016), el objetivo del micronegocio no es la acumulación de capital sin límites, sino que son mediaciones para lograr mejores condiciones de vida, obteniendo un ingreso neto mediante la producción y venta autónoma de bienes y servicios.

A partir de la clasificación y agrupación de las actividades económicas que la EMICRON usa para identificar a los micronegocios, según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de las actividades económicas, Revisión 4 Adaptada para Colombia (DANE, 2022), el equipo de caracterización identificó cuatro grupos, en economía campesina: agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; mientras que para la economía popular está el sector servicios, comercio y manufactura como se evidencia en la siguiente tabla.



Economías Campesinas

Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca

Se incluyen actividades como siembra, cosecha, manejo de especies menores y mayores, producción de pastos y praderas, entre otros.

Servicios

Se incluyen actividades como: construcción, transporte y almacenamiento, alojamiento y servicios de comida, información y comunicaciones, actividades inmobiliarias, profesionales y servicios administrativos, educación, actividades de atención a la salud humana y de asistencia social, y actividades artísticas, de entretenimiento, de recreación, entre otras.

Comercio

Se incluyen actividades como la transformación mecánica o química de sustancias orgánicas e inorgánicas en productos nuevos, elaborados bien sea a mano o con maquinaria.

Industria manufacturera

Esta sección incluye la venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía, entre otros.

Economías Populares



¿Quiénes hacen parte de las economías populares?

Para Coraggio (2020; 2011), la economía popular es de los trabajadores, independientes o autónomos que quieren vivir o viven de su trabajo, es una economía que puede ser unipersonal, de la familia, comunidad, asociación, organización y/o redes de cooperación mutua, formales o informales. En este sentido, la economía popular no es la economía de los pobres, sino de los trabajadores y trabajadoras que, aunque en muchos de los casos son víctimas de la ausencia de la protección social, es la base de la economía social, diversa como las ideas para poder obtener un ingreso monetario.

En Colombia, esta es la economía de la cual hacen parte 5.188.402 micronegocios, los cuales generan el mayor número de empleos y ocupados (DANE, 2024). De lo anterior, es fundamental destacar que la economía popular es aquella en la cual el objetivo principal es la consolidación del trabajo antes que la acumulación de capital (Coraggio, 2011).

Otra característica de las personas que forman parte de la economía popular es que dependen de su continua realización de su fuerza de trabajo para generar una subsistencia económica tanto para ellas mismas como para sus familias.

Tomando como base el Acuerdo No. 890 de 2023 del Concejo de Bogotá, los actores de la economía popular se evidencian en la siguiente tabla:

	Vendedores informales de ocupación u oficio	Trabajadores por cuenta propia	Economía social y solidaria
	"Todas las personas que se dediquen al comercio de bienes o servicios en el espacio público" (p. 1).	"Persona que explota su propia empresa económica sin utilizar trabajadores, empleados u obreros remunerados" (p. 1).	"Actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía" (p. 2).
	Micronegocio	Organizaciones económicas populares	Economía del cuidado
	"Es la unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción" (p. 2).	"Toda organización social que desarrolla su actividad económica en el marco de la economía popular" (p. 2).	"Comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado" (p. 2).

Fuente: Diseño propio a partir de Acuerdo No. 890 de 2023 del Concejo de Bogotá.



Las Economías Populares en el departamento de Bolívar

El departamento de Bolívar está ubicado al norte de Colombia, es reconocido como el departamento más grande de esta región, destacándose por su riqueza cultural, diversidad étnica y belleza natural. Comprende 46 municipios, siendo Cartagena su capital. Recibió este nombre en 1.857 en homenaje al Libertador Simón Bolívar (Gobernación Bolívar, 2024). Según las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para 2024, el departamento de Bolívar debe tener una población aproximada de 2,26 millones de habitantes, distribuidos casi equitativamente entre 1,14 millones de mujeres y 1,12 millones de hombres.

En cuanto a su composición étnica, el departamento de Bolívar está compuesto en su mayoría por afrodescendientes, quienes constituyen el 96,9 % de su población.

Los pueblos indígenas representan el 1,6 %, mientras que los palenqueros conforman el 1,2 %, y los raizales constituyen menos del 1 % de la población total. Esta diversidad étnica y cultural contribuye significativamente a la identidad del departamento y a su dinámica social y económica.

En las Zonas de Desarrollo Económico y Social (ZODES) del departamento, el SENA realizó la investigación de caracterización de la población de las economías campesinas y populares en los municipios de San Jacinto, El Carmen de Bolívar, Magangué y la capital Cartagena.

En el desarrollo del trabajo de campo se contó con la presencia de 118 participantes, dentro de los cuales se contó con la representación de cuatro (4) asociaciones. Los Municipios de San Jacinto y El Carmen de Bolívar se encuentran ubicados en los Montes de María, se destacan por su riqueza hídrica y suelos fértiles, propicios para actividades agropecuarias, forestales, culturales, artesanales y agroindustriales.

Magangué, por su parte, se encuentra en la ZODES de La Mojana, una región caracterizada por actividades mineras y acuícolas. Finalmente, Cartagena de Indias la capital del departamento y ciudad colonial por excelencia, conocida como ‘La Heroica’, fue fundada por el conquistador español Pedro de Heredia. Esta ciudad, es célebre por su riqueza arquitectónica, cultural y artística, fue reconocida por la UNESCO en 1984 como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad (Parlamento Andino, 2024).

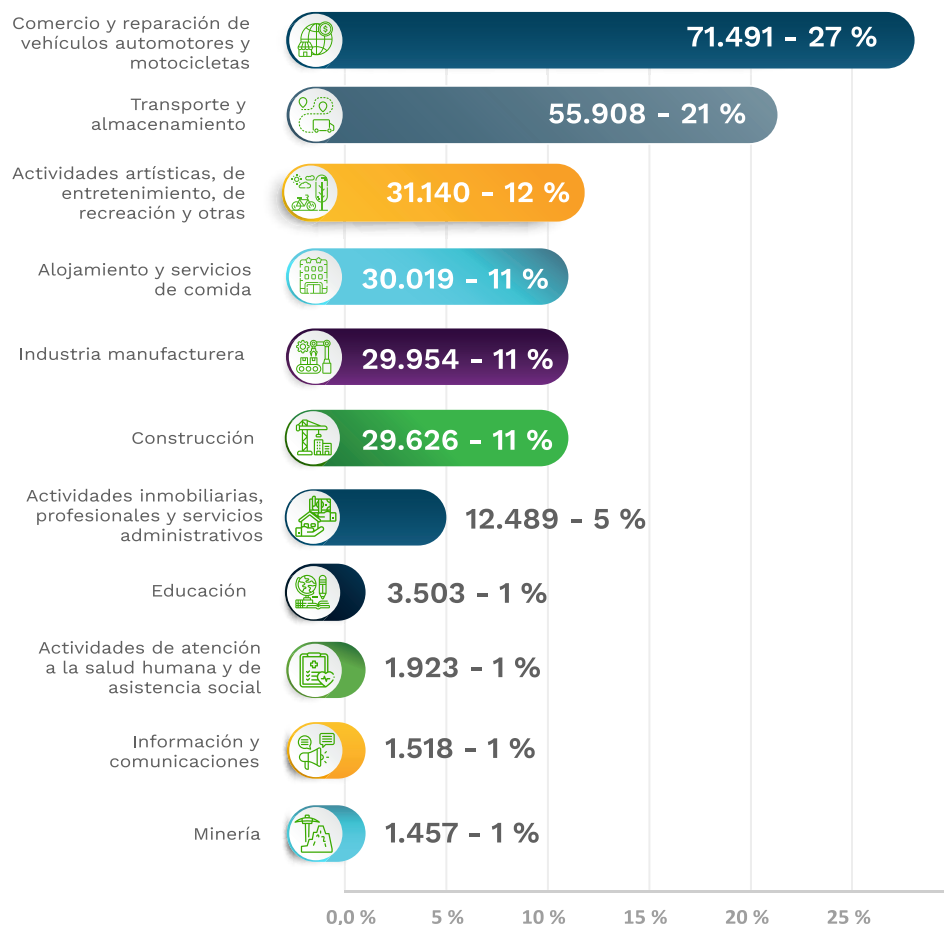
Adicionalmente, Cartagena de Indias es reconocida por su riqueza cultural, histórica y natural, combina atractivos únicos como su gastronomía, playas e islas. Entre sus joyas destaca el Aviario Nacional, el más grande de América, ubicado en la isla Barú. Además, la ciudad es escenario de eventos icónicos como el Hay Festival, el Festival Internacional de Cine, las Fiestas de Independencia y celebraciones gastronómicas como el Festival del Dulce y el Festival del Frito. Todo esto hace de Cartagena un destino vibrante que celebra tanto su herencia cultural como su dinamismo contemporáneo (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.-a; Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, s.f.-b).

Distribución de los micronegocios del departamento

De acuerdo con EMICRON de los micronegocios que tiene el Departamento de Bolívar el 27 % se desempeñan en comercio y

reparación de vehículos automotores y motocicletas, seguido de actividades de transporte y almacenamiento con un 21 % (DANE, 2024). También destacan las actividades de alojamiento y servicios de comida y la industria manufacturera, cada una con el 11 %, y otras actividades que no superan el 1 %, pero que al sumarlas completan el 100 % de las actividades económicas de este departamento.

Gráfica 1. Distribución de micronegocios según actividad económica en Bolívar



Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2024).

Municipios priorizados y participación de las comunidades

Bolívar tiene más de 2 millones de habitantes y es reconocido por su diversidad y belleza natural en sus 46 municipios.

El equipo de caracterización, teniendo como base las variables de priorización, desarrolló el trabajo de campo en San Jacinto, Carmen de Bolívar, Magangué y su capital Cartagena, donde se adelantaron jornadas de conversación y entrevistas con grupos focales, lo que permitió escuchar a los asistentes y entender cómo funcionan las dinámicas de las economías populares, en su territorio.

Gráfica 2. municipios priorizados y centros de formación SENA



Fuente: Elaboración propia.



Dimensiones de la Población de las Economías Populares

El proceso de caracterización de la población de las economías populares, con el objeto de ampliar la información que posee el SENA, para poder así fortalecer la pertinencia de la oferta de servicios de la Entidad, implicó indagar en el territorio, directamente con la comunidad.

Con el fin de identificar las dinámicas propias de sus actividades cotidianas y en algunos casos, sus mecanismos intrínsecos de los procesos de construcción social, su relación con el contexto cultural, los modos de organización de sus unidades económicas, las fortalezas, dificultades y necesidades de sus distintas formas y sectores de producción, así como de su relación de beneficios y responsabilidades para con su entorno ambiental.

Con base en lo anterior, se han establecido cinco dimensiones: social, cultural, organizativa, productiva y ambiental para llevar a cabo la observación, estudio y análisis para lograr identificar aquellas características que definen a las personas que forman parte de la población de las economías populares.



Fuente: Elaboración propia.



Dimensión social

La población que pertenece a las economías populares se caracteriza por acoger a aquellos actores de la economía de las regiones con mayor capacidad de adaptación y resiliencia. Entonces quienes hacen parte de ella deben entenderse ante todo como sujetos socialmente diversos, cuyo propósito es poder hacer uso de su fuerza de trabajo, que es su principal medio para generar los ingresos que garanticen su modo de vida. En algunos casos logran brindar la oportunidad de crear una oferta laboral, para otros permite suplir sus necesidades y las de su núcleo familiar (Coraggio, 2004; Molano, 2007a).

Para comprender las características y dinámicas propias del quehacer económico de este segmento de la población, se deben relacionar aspectos como el enfoque diferencial, el grado de escolaridad, número de personas ocupadas, las tasas de desempleo, las intenciones de creación de micronegocios y análisis de grupos etarios, entre otros; los cuales conforman la dimensión social de la economía popular (DANE, 2024).

Participación de la Mujer como Propietaria de Micronegocios

Según las cifras de EMICRON y la GEIH (DANE, 2024) en el Departamento de Bolívar la mujer participa en un 39,4% de los micronegocios, sin contar la agricultura, ganadería y pesca. En estos escenarios, el papel de la mujer se presenta como socia, trabajadora o familiar sin remuneración y como trabajadora que recibe un pago. Esta cifra es relevante ya que implica un grado de independencia económica, participa del sostenimiento del hogar, y desde sus labores puede mantener las tradiciones culturales y artísticas de la región.

Una de las costumbres ancestrales de este departamento es en gran parte liderada por mujeres y hace referencia al arte de tejer a mano hamacas. Esta actividad ha sido por varios años el sustento de la mayoría de los hogares de este municipio; en este punto es adecuado comprender que una hamaca se puede demorar hasta un mes en ser

tejida, razón por la cual, las artesanas que participaron de los grupos focales expresan que muchas veces al comercializarlas el valor no corresponde al tiempo y esfuerzo invertido.



Foto: Olivia Carmona, artesana maestra de Taller Escuela, San Jacinto.

¡Todas las hamacas llevan un sentimiento diferente, una inspiración... se elaboran con amor, ya que se desea que este arte siga permaneciendo por muchos años más! (Artesana, San Jacinto, 2024)

La señora Olivia Carmona aprendió el tejido en telar vertical desde muy niña, viendo a su abuela, tía y madre desempeñar este oficio. Estudió artes populares y en el SENA aprendió la técnica en tejeduría, también se involucró en capacitaciones como atención al cliente y costos de los productos. Actualmente es artesana y maestra del Taller Escuela Olivia Carmona - Museo Vivo. Le gusta enseñar y dar a conocer las artesanías de tejido en telar vertical a la comunidad, para que no se pierda la tradición cultural.

Ella menciona que ha tenido muchos beneficios con la artesanía porque le ha ayudado a educar a sus hijos, al sostenimiento de la casa y a responder a todos los gastos.

Expone que la artesanía y la agricultura se combinan por tradición, su esposo es agricultor, por medio de ambas actividades sostienen el hogar. Olivia ha logrado darse a conocer a nivel regional, nacional e internacional porque cuenta con buena publicidad, la visitan muchos turistas para conocer su taller y compran sus artesanías.

Ella expresa que le gustaría obtener apoyo del SENA en la adecuación de su taller, así como que el desarrollo y mercadeo de sus productos le ha servido para crecer como mujer, madre y maestra.

Dentro de lo que expresaron las artesanas en los grupos focales y entrevistas le piden al SENA ayudar con programas que integren nuevas técnicas y modelos, para que los mercados nacionales e internacionales de los que han logrado hacer parte se mantengan y se incrementen.

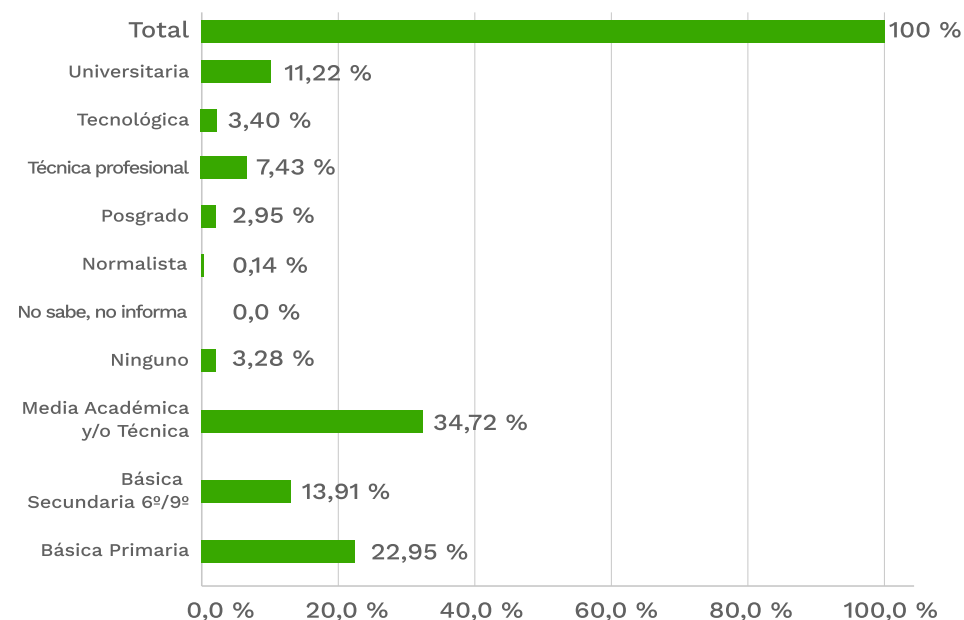


Foto: Olivia Carmona, artesana maestra de Taller Escuela, San Jacinto.

Nivel Educativo Alcanzado por los Propietarios de Micronegocios

En cuanto al nivel educativo para patrón y trabajador por cuenta propia de los micronegocios expuesto en EMICRON se encuentra que en el departamento de Bolívar el 34.72 % han cursado educación media y/o técnica. Un 22,95 % de esta población cuenta con básica primaria, y en cuanto a básica secundaria de sexto a noveno grado se cuenta con un 13.91 % y un 11.22 % tiene educación universitaria (DANE, 2023).

Gráfica 3. nivel educativo para patrón y trabajador por cuenta propia



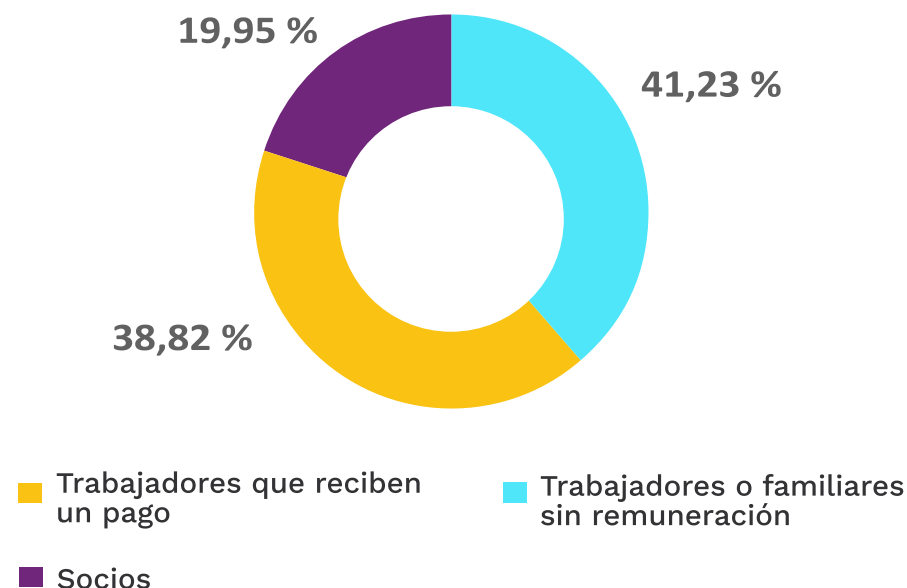
Fuente: Elaboración propia a partir de EMICRON (DANE 2023).

En cuanto a la educación técnica profesional y tecnológica, se cuenta con un porcentaje relativamente bajo, lo que significa que el SENA puede brindar una oferta que permita fortalecer las herramientas con las que cuentan los propietarios de micronegocios.

Población ocupada en los micronegocios

En el departamento de Bolívar según el EMICRON (DANE, 2023) las personas ocupadas en los micronegocios se encuentran distribuidas, como lo muestra la siguiente gráfica:

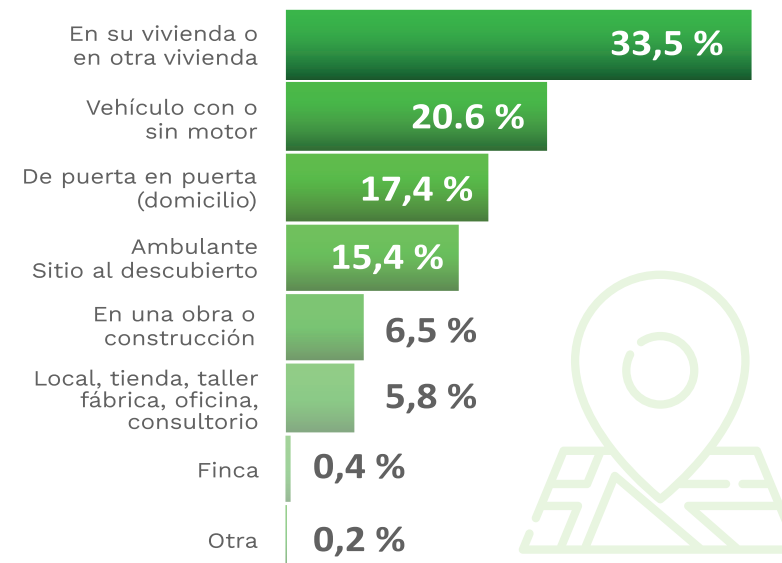
Gráfica 4. ocupados en el departamento de Bolívar



Fuente: Cálculos Propios a partir EMICRON, DANE (2023) Vs GEIH (2024)

Se puede apreciar que el 41.23 % de las personas ocupadas del departamento, son trabajadores o familiares sin remuneración, el 38.82 % corresponde a los trabajadores que reciben un pago, lo que puede indicar que al ser un departamento altamente comercial y turístico, las personas ocupadas, reciben un pago por su oficio en los micronegocios y el 19.95 % de los ocupados corresponde a los socios; este resultado refleja la participación de las empresas particulares y/o nuevos emprendimientos, en el departamento.

Gráfica 5. ubicación del negocio



Fuente: Cálculos Propios a partir EMICRON (DANE, 2023) Vs GEIH (DANE, 2024)

En la gráfica anterior se observa que en el departamento de Bolívar en cuanto a la ubicación de los micronegocios el 33,5 % se encuentran en las viviendas de los propietarios, un 20,6 % se desarrollan en un vehículo con o sin motor, el 17,4 % desempeñan su negocio en la modalidad puerta a puerta y un 15,4 % lo realizan de forma ambulante.

Lo anterior, evidencia la diversidad de formas de llevar a cabo oficios y actividades.

Los micronegocios creados como solución a la falta de oportunidades de empleo

Desde los datos de EMICRON (DANE, 2023) se comprende que la creación de micronegocios en el departamento de Bolívar, se caracteriza en un 41% por no contar con otra alternativa de ingresos y un 34% de la población porque lo identifica como una oportunidad de negocio en el mercado, puesto que el departamento, tiene diversas actividades, donde la población puede abrir nuevos mercados. El 13 %

es donde la población puede ejercer su oficio, carrera o profesión, una cifra que es importante en el tema de formación educativa, ya que la pueden aplicar como medio de sustento. El 9 % de la población crea un micronegocio, como alternativa para complementar el ingreso familiar o mejorar el ingreso.

Finalmente, el 4 % corresponde a micronegocios heredados y al no tener experiencia o no contar con el nivel suficiente de escolaridad y experiencia para aplicar en un trabajo.

Gráfica 6. motivación creación Micronegocio



Fuente: EMICRON (DANE, 2024)

Al comparar las cifras de EMICRON con los datos encontrados a lo largo de la investigación, se halló que la capital del departamento alberga gran variedad de actividades en las economías populares, desempeñando oficios de: carperos, sombrilleros, masajistas, tejedoras de trenzas, vendedoras de dulces, servidores turísticos,

artesanos. Micronegocios que surgieron de la necesidad de generar ingresos a causa del desempleo y la motivación de salir adelante y sobrevivir.

Estas personas tienen historias exitosas, donde han sacado familias numerosas adelante, ya cuentan con hijos profesionales, logrando romper muchos círculos de pobreza, la gran mayoría manifiesta el orgullo de su raza, de su descendencia, el orgullo y el compromiso de mantener las playas lindas y aseadas, pues, así como la arquitectura de esta ciudad, las playas son la base fundamental para su trabajo.

Hacia el SENA, manifiestan admiración y deseo de contar siempre con la institución, con el ánimo de seguir su formación en cursos como atención al cliente, inglés, contabilidad, higiene y manipulación de alimentos, entre otros.



Foto: Grupo de caracterización, Trabajadores de la playa, Cartagena.

El relevo generacional en las economías populares



Foto: Yarley Casianis, tejedora de trenzas, Cartagena.

Ser palenquera es de gran orgullo para Yarley Casianis Pérez, su abuela le enseñó a hacer las trenzas desde sus ocho años de edad, una labor que ama, que la hace feliz, también recibió capacitaciones por medio del SENA, donde perfeccionó el arte de hacer masajes y tejer trenzas a los turistas, de igual forma recibió capacitación en atención al cliente, para mejorar la prestación de sus servicios.

El hacer masajes empezó a los trece años de edad, producto de una fractura que había sufrido su mamá en un pie y desde ahí, en Palenque dedicaba parte de su tiempo a hacer masajes a sus clientes, permitiendo así pagar algunos estudios y su ropa, ya en Cartagena ingresó al SENA donde mejoró sus técnicas para las actividades que realiza en la playa, oficio que no se cansará de repetir que la hace feliz.

Es madre de dos hijos, que ha logrado sacar adelante gracias a su actividad económica, el mayor estudia en el SENA y el menor en el colegio.

Relata también la actividad de su mamá, quien se dedica a preparar dulces como cocadas de arequipe, guayaba, piña, platanito, tradición

típica de Palenque y que la aprovechan para vivir en Cartagena (Yarley Casianis Pérez, Cartagena, 2024).

En los grupos focales, numerosos participantes manifestaron haber heredado tanto unidades productivas como conocimientos y habilidades necesarias para emprender o continuar con micronegocios familiares.

Este fenómeno es particularmente común entre artesanos, especialmente indígenas y afrodescendientes, quienes transmiten de generación en generación técnicas como las tejedurías, involucrando a sus hijos desde temprana edad. Asimismo, en el ámbito gastronómico, es frecuente que los jóvenes adquieran conocimientos culinarios tradicionales, específicos de su región, directamente de sus familias.

El testimonio de Yarley Casianis Pérez, junto con el de otros integrantes de las economías populares, destaca la autogestión y la transmisión intergeneracional de saberes como pilares esenciales para la sostenibilidad de estas iniciativas. Prácticas como el tejido de trenzas o la elaboración de dulces tradicionales ilustran cómo el capital cultural y social heredado se transforma en una estrategia para enfrentar la vulnerabilidad económica.

Con el respaldo de programas institucionales, como las capacitaciones ofrecidas por el SENA, estas dinámicas pueden fortalecerse, potenciando prácticas tradicionales que contribuyen al desarrollo, la inclusión y el bienestar de las comunidades.

Dimensión cultural

En un segmento poblacional pueden identificarse diferentes identidades culturales, que son rasgos cambiantes y se estructuran de forma colectiva o individual, así lo proponen autores como Olga Lucía Molano (2007b), quien afirma que una identidad cultural "encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias" (p. 73).

Igualmente, es relevante tener en cuenta que las actividades de las economías populares son tan diversas como su población y contribuyen a definir o encajar dentro de una determinada identidad cultural dependiendo de cada oficio, es así que, los atributos culturales de un maestro artesano bien podrían ser diferentes a los de un comerciante minoritario.

Los aspectos que conforman la dimensión cultural son entre otros, la memoria individual y colectiva, el papel de la familia en la actividad productiva, las creencias y tradiciones, los saberes locales y los mecanismos de transferencia de conocimientos entre generaciones.

Riqueza cultural y musical del caribe colombiano

Las prácticas culturales y productivas en las comunidades de Bolívar no solo son formas de trabajo, sino que también generan sentido de identidad y cohesión social, la música y el folklore se convierten en capital cultural y social que alimenta las economías populares, mientras que los talleres de instrumentos y las artesanías aportan ingresos y permiten que estas comunidades prosperen manteniendo sus raíces culturales.

Uno de los municipios con gran riqueza ancestral, cultural y musical es San Jacinto, en este se encuentran varias historias que permiten comprender los elementos transversales a este municipio.

Este profesor es líder en el corregimiento de las Mercedes, cuna de la Gaita, la dinastía gaitera por más de cinco generaciones. Menciona que en aquellas épocas todos habitaban en esta vereda, era un punto central, donde venían de Brasil, San Cristóbal, Bonga, unidos por el amor a la música, a la cultura campesina, a la gastronomía, de estos encuentros fue realmente donde nacieron los estilos que se tocan.

Desafortunadamente muchas de esas familias tuvieron que migrar por episodios de la violencia, hoy hay un proceso de regreso, de recuperar la cultura y de sanar las heridas. (Testimonio, personal 2024)



Foto: Rafael Pérez García, gaitero, folclorista de San Jacinto Bolívar.

A partir de la información recopilada en los grupos focales y entrevistas, se entiende que la gaita es una herencia que viene de conocimientos indígenas muy antiguos en la parte de la flauta y de conocimientos africanos también antiguos en la parte del tambor. El campesinado de estas poblaciones tenía la costumbre de dedicar el día a labores agrícolas y en la noche se reunían a tocar su gaita, a compartir en la comunidad, cantar, a crear canciones relacionadas con el orgullo de ser campesino y gaitero.



Foto: Rafael Pérez García, gaitero, folclorista de San Jacinto Bolívar.

San Jacinto también es reconocido como la Meca Cultural, fue la cuna del acordeón y del vallenato con Francisco Rada; luego, Andrés Landero y Adolfo Pacheco crean los sonidos de la gaita en el acordeón y fueron enriqueciendo la parte musical del municipio. En San Jacinto se encuentran también artesanías que destacan por sus tejidos y 30 talleres de instrumentos musicales que se distribuyen por toda Colombia.

Don Rafael Pérez García es folclorista de San Jacinto Bolívar, actualmente es gerente de la Fundación mi Gaita de San Jacinto y se desempeña como formador con los proyectos del Ministerio de Cultura, busca que estas raíces, saberes y notas musicales permanezcan en la cultura colombiana.

Él es decimero, compositor, gaitero y Luthier ganador de 40 festivales en sus tres categorías, ganador del grammy latino con el álbum un fuego de sangre pura con los gaiteros de San Jacinto, autor de 500 décimas y de 60 canciones.

La familia, base del aprendizaje en la actividad artesanal y comercial en Bolívar.

En el departamento de Bolívar se perciben algunas actividades que surgen alrededor del círculo familiar, con el apoyo de los hijos e ideas que surgen a partir de necesidades que se presentan en la cotidianidad.

Nidis del Carmen Cruz confecciona bolsos ecológicos en Carmen de Bolívar, es madre de tres hijos y su empresa familiar surgió después de la pérdida de su esposo. Ella tomó cursos de confección y costura en el SENA y se unió con Valentina, una de sus hijas a quien le gusta pintar para crear su emprendimiento de bolsos ecológicos. Actualmente, desea seguir progresando y ayudar a más cabezas de familia, ha logrado generar dos empleos, su mayor sueño es crecer a nivel nacional e internacional, generar empleo y tener técnicas amigables con el medio ambiente.

Foto: cortesía de Nidis del Carmen Cruz, emprendedora Carmen de Bolívar.



La historia de Nidis Cruz y su hija Valentina en Carmen de Bolívar resalta otra perspectiva de las economías populares: la capacidad emprendedora que surge de la necesidad y la cooperación familiar. Frente a la pérdida y la adversidad, esta familia ha encontrado en la creación de bolsos ecológicos una manera de superar sus limitaciones económicas, contribuyendo a la economía local y promoviendo el respeto por el medio ambiente.

Por lo tanto, estos relatos muestran cómo las actividades productivas en Bolívar no solo son un medio de subsistencia, sino también un reflejo de la identidad cultural y la autonomía económica de sus comunidades.

Dimensión productiva

La población de las economías populares desarrollan una amplia diversidad de oficios y ocupaciones; se vale de sus saberes, sus habilidades, su experiencia, su propia fuerza de trabajo y en algunos casos, maquinarias y herramientas, para producir bienes y servicios ofertados de diversas formas, a fin de lograr ingresos para solucionar sus necesidades principales y las de sus familias (Coraggio, 2004; DNP, 2023).

La productividad de las economías populares se pueden enmarcar en cualquiera de los sectores económicos, ya sea sector servicios, comercio o manufactura, se incluyen desde actividades mercantiles de producción, distribución y comercialización, hasta actividades domésticas o comunitarias (DNP, 2023).

Los trabajadores de la economía popular se desempeñan en unidades productivas de menor escala, primordialmente de manera autónoma, en función de satisfacer las necesidades básicas (Coraggio, 2011).

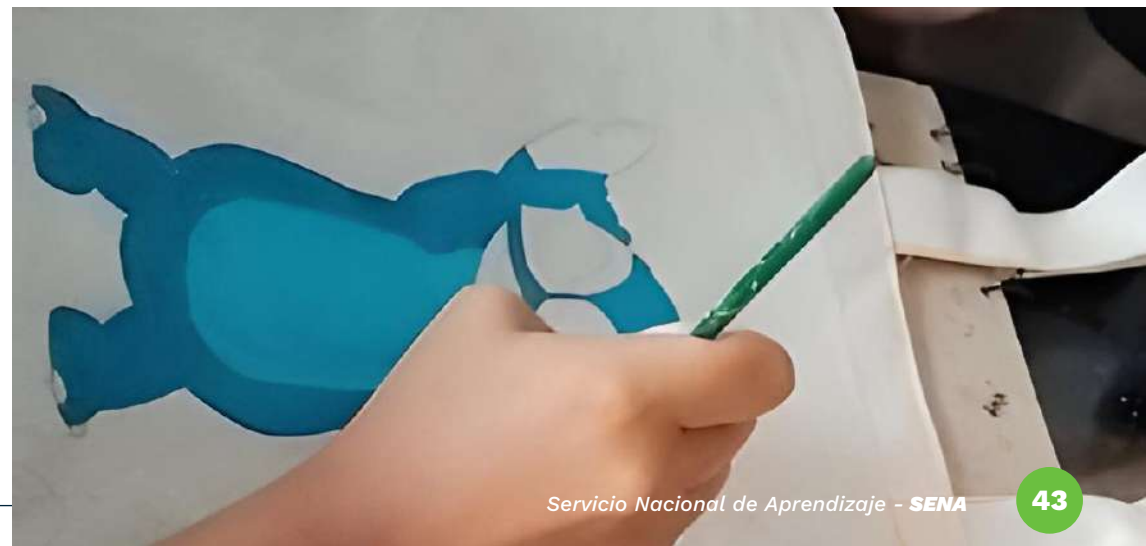
La población de la economía popular ejerce su actividad ya sea de manera unipersonal, en familia, en micronegocios o microempresas. Es común encontrar en la práctica, hombres y mujeres que, dependiendo de los contextos locales y regionales, multiactivamente ejercen al mismo tiempo dos o más ocupaciones, viéndose influenciados entre otros aspectos, por la informalidad, las fuentes de financiación no convencionales y las carencias de formación (DNP, 2023; Razeto, 1999).

En los municipios visitados las economías populares se caracteriza, por funcionar en su gran mayoría en forma individual, muchos de los negocios son familiares, continúan gracias al conocimiento heredado y al mercado que ya han ganado, así como por el autoempleo. Algunas personas mencionan también el impacto del desplazamiento del campo a la ciudad como un factor que ha obligado a sus habitantes a crear negocios donde puedan generar ingresos para sobrevivir y tengan opciones de crecimiento.

En este punto cabe resaltar que el acceso a estos municipios, por la carretera central facilita los procesos de comercialización de cualquier producto o de la llegada de turistas; sin embargo, en los municipios que son conectados con en carreteras terciarias enfrentan algunos desafíos en el transporte tanto de personas como de comercio, ya que en este escenario su acceso se dificulta un poco, particularmente en época de lluvias.

Los propietarios de micronegocios también presentan algunos desafíos en la ejecución de sus actividades, a continuación se presenta un ejemplo:

Mi mamá y yo tenemos una empresa de bolsos mayormente como ecológicos, personalizados pintados como las personas deseen que los pintemos. Nosotros vendemos por redes sociales o por el sector. Se dificulta conseguir la materia prima los materiales de la tela es muy difícil conseguir la calle que sea de calidad muchas veces nos toca salir a hacer más gastos para poder salir y traer y también sobre la maquinaria, que tenemos una máquina, nada más para coser y no tenemos fileteadora y nos toca ir a otro lugar (Testimonio Bolívar, 2024)

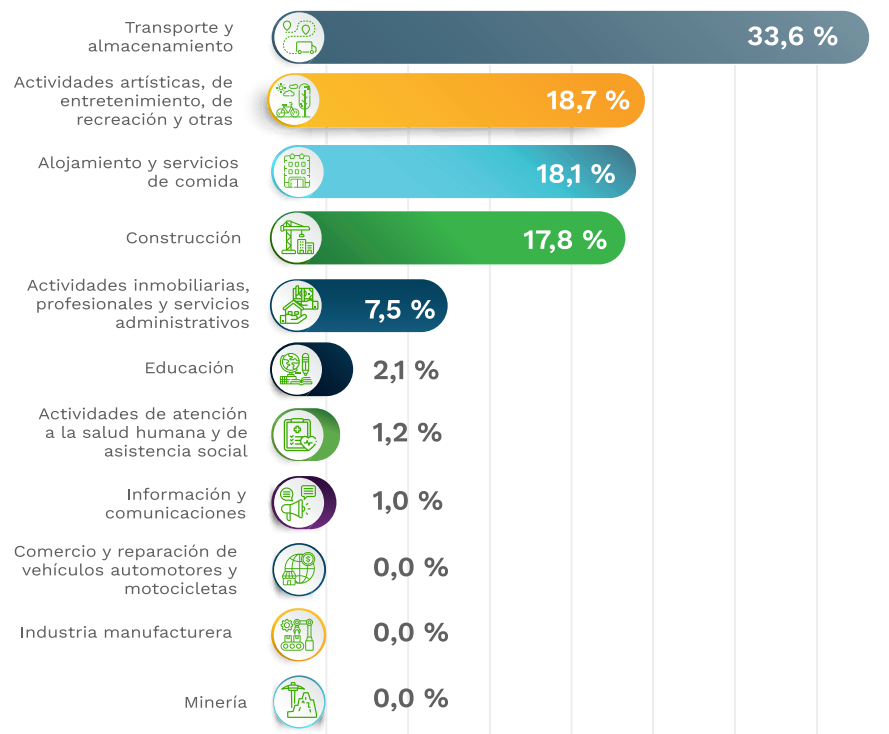


Sector servicios

De acuerdo al EMICRON hacen parte del sector servicios, aquellos micronegocios encaminados a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan.

En el departamento de Bolívar existen 29.626 micronegocios, dedicados a la prestación de servicios (DANE, 2024), distribuidos como lo muestra la siguiente gráfica:

Gráfica 7. economías populares en el sector servicios



Fuente: Cálculos Propios a partir EMICRON, DANE (2023) Vs GEIH (2024).

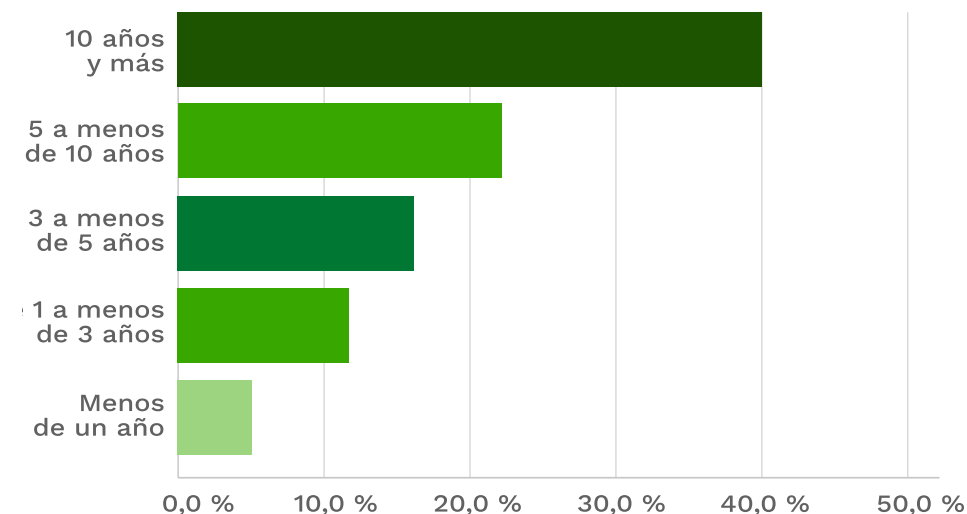
A partir de la información obtenida de EMICRON los servicios de transporte y almacenamiento representa el porcentaje más grande con un 33,6 %, las actividades artísticas, de entretenimiento y recreación tienen un 18,7 % mientras que los servicios de alojamiento y servicios de comida aportan el 18,1 % (DANE, 2023).

En cuanto a la información recopilada en la ciudad de Cartagena los participantes destacaron que su actividad económica surge principalmente del Turismo, lo que les ha permitido llevar una vida digna por varias generaciones.

Tiempo de Funcionamiento del Micronegocio

Según EMICRON (DANE, 2023) y GEIH (DANE, 2024) el 40% de los micronegocios del Departamento de Bolívar tienen diez o más años de funcionamiento, el 22 % de cinco a menos de diez años y el 38 % restante tiene menos de cinco años de funcionamiento.

Gráfica 8. tiempo de funcionamiento

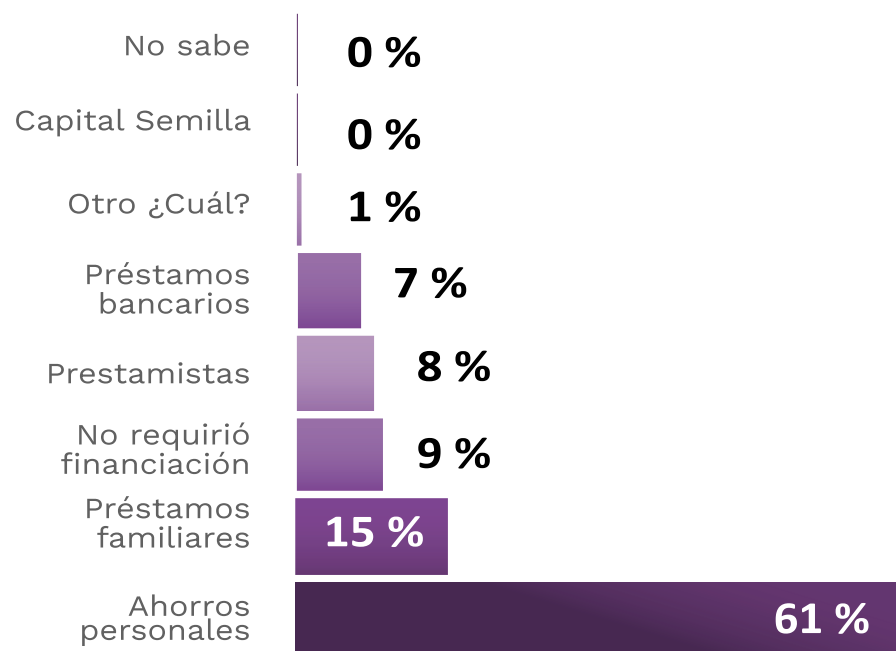


Fuente: Cálculos Propios a partir EMICRON, DANE (2023) Vs GEIH (2024)

Origen de los recursos con los que se inició el micronegocio

En cuanto a los recursos con los que los propietarios de micronegocios iniciaron sus unidades productivas según EMICRON (DANE, 2023) y GEIH (DANE, 2024) el 61 % de los propietarios de micronegocios en el Departamento de Bolívar iniciaron sus unidades productivas con recursos propios o ahorros personales. El 15 % recurrieron a fuentes como préstamos familiares, el 9 % no requirió de financiación para iniciar, el 8 % acudió a prestamistas informales, el 7 % a préstamos y solo el 1 % utilizó métodos alternativos.

Gráfica 9. origen de los recursos para crear Micronegocios en el departamento de Bolívar



Fuente: Cálculos Propios a partir EMICRON, DANE (2023) Vs GEIH (2024)

Las dinámicas económicas en el departamento de Bolívar revela que factores clave como el transporte, almacenamiento y el sector turístico han desempeñado roles fundamentales en el desarrollo local. La ubicación estratégica de este departamento, potenciada por la cercanía con Cartagena, ha convertido estas actividades en atractivas para sus habitantes, contribuyendo significativamente a la economía regional.

Además, el testimonio de los habitantes de Cartagena, muchos de los cuales han dependido de la actividad turística para mantener una vida digna a lo largo de generaciones, refuerza la importancia de esta actividad para el bienestar y el crecimiento económico local. La sostenibilidad de estos micronegocios; sin embargo, también se ve condicionada por los recursos disponibles y las barreras financieras, como lo muestran los testimonios de emprendedores que enfrentan dificultades para acceder a insumos de calidad y maquinaria adecuada para sus operaciones.

Este panorama pone de manifiesto la importancia de estrategias de apoyo y capacitación, como las impulsadas por el SENA, que promueven la inclusión y el fortalecimiento de los emprendimientos locales en sectores clave como el turismo y la producción artesanal, para asegurar la sostenibilidad y el crecimiento económico en un contexto de vulnerabilidad. izarlos, siempre buscando el bien común.

Aprovechando la ubicación estratégica del municipio, han entendido que la clave del éxito de su cooperativa radica en la organización.

Dimensión organizativa

La población de las economías populares asume diversos mecanismos para el desarrollo de sus actividades productivas y se fundamenta predominantemente en la fuerza del trabajo, en el autoempleo, en las unidades domésticas y familiares.

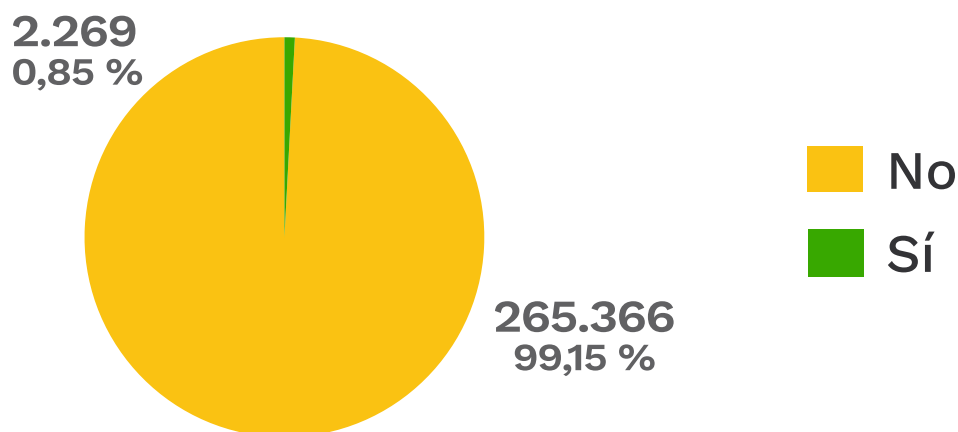
No obstante lo anterior, bajo las premisas de la autogestión y el favorecimiento de intereses comunes, en algunos casos surge la

necesidad de organizarse para garantizar la sostenibilidad de los ejercicios productivos. Autores como José Luis Coraggio (2004; 2011) sostienen que el desarrollo de redes y la cooperación permiten a las economías populares resistir y sostenerse en el tiempo, ofreciendo alternativas frente a la precariedad.

Se debe considerar la importancia y relación entre la autonomía y la solidaridad en las unidades productivas de menor escala, para Luis Razeto (1999) a quien se le atribuye acuñar el término de ‘economía popular y solidaria’, la necesidad y la adversidad propician la asociación. Bajo el concepto del factor C para Razeto la solidaridad se materializa mediante los ejercicios de compañerismo, cooperación, comunidad, compartir, comunión, colectividad, carisma y colaboración.

A partir de los datos de EMICRON (DANE, 2023) y GEIH (DANE, 2024) en el departamento de Bolívar la cantidad de micronegocios que se encuentran asociados no llegan al 1 %.

Gráfica 10. Micronegocios que pertenecen a asociaciones



Fuente: EMICRON (DANE, 2023) y GEIH (DANE, 2024) - Cálculos Propios.

En Bolívar, aunque la participación en asociaciones sigue siendo mínima, las nuevas iniciativas comunitarias empiezan a mostrar un panorama esperanzador. Durante las visitas realizadas, se identificaron casos en municipios como Magangué y San Jacinto, donde se están organizando cooperativas y asociaciones enfocadas en mejorar la comercialización de artesanías y productos agropecuarios con el fin de buscar mejores precios para los insumos y garantizar la venta de la producción.

Estos esfuerzos reflejan un interés creciente por aprovechar las ventajas del trabajo colectivo que inciden en la mejoría de los resultados de los negocios, impactando en el crecimiento del desarrollo local y departamental.

Sin embargo, también es importante reconocer que los procesos de asociatividad requieren de asistencia, constancia y sobre todo dedicación. Lo anterior, genera que en algunos de los casos estas organizaciones se deterioren y concluyan rápidamente. Frente a esta situación el SENA (2022) ha planteado escenarios de encuentro que promueven el reconocimiento de unidades productivas y de sus propietarios como lo fue el caso de la segunda edición de la feria Turbaco Emprende, un espacio diseñado para promover y comercializar productos y servicios de emprendedores rurales del departamento.

Este evento se desarrolló en el municipio de Turbaco (Bolívar) donde reunió a 45 unidades productivas de diversos sectores como gastronomía, artesanías, confecciones y turismo, fortaleciendo su capacidad para conectar con mercados más amplios; mediante una rueda de negocios en la que los emprendedores presentaron sus ideas innovadoras a posibles socios estratégicos (SENA, 2022).

Entre los participantes se destacaron emprendedores de municipios como Morales, Arjona, Carmen de Bolívar, Turbaco, San Juan y

San Jacinto, quienes expusieron productos como bolsos, zapatos, bisutería, productos para el cabello, prendas de vestir, jabones, especias aromáticas, artesanías, alimentos, dulces típicos y servicios turísticos. Durante el evento se generaron ventas por un total de 18 millones de pesos, gracias a la participación de 557 visitantes que adquirieron los productos exhibidos (SENA, 2022).

En el marco del evento Turbaco Emprende la secretaria municipal de TIC de Turbaco, Gleysi Muñoz destacó la importancia de esta iniciativa conjunta con el SENA, resaltando el impacto positivo en la economía local y el apoyo brindado a los emprendedores de la región (SENA, 2022).

A continuación, se presenta otro ejemplo de organización, en donde se expone la diversidad de la economía local al ofrecer diferentes productos. Este espacio no solo resaltó el talento y la creatividad de los participantes, sino que también evidenció la relevancia de iniciativas que fomentan la autogestión económica y fortalecen las redes de colaboración local.

Mi nombre es **María Angélica Garrido** Sanabria, soy de la vereda Caño Negro, jurisdicción del Carmen de Bolívar, del departamento de Bolívar, zona rural dispersa, hago parte de la Organización Red de Inclusión para la colaboración y gestión social del municipio de los Montes de María, donde trabajamos el tema a través de lo poblacional, ambiental, lo social y lo económico. Una forma de integrarnos, reconocer nuestras habilidades, promover la autogestión, a través de un modelo participativo de gobernanza territorial que busca a través del diálogo construir paz positiva y a través de involucrarnos en nuestro propio desarrollo.

De allí le apuntamos a no ser simplemente campesinos, sino empresarios del campo, por eso tenemos transformación de varios productos y que le hemos colaborado a varias organizaciones que hacen parte de la red. Y donde ahora tenemos el lanzamiento de

uno nuevo que es una avena de yuca y que, por supuesto, ha sido en alianza también con el SENA, que ha estado dispuesto a esa transformación y a ponerle un valor agregado a cada uno de los productos que cultivamos con amor para cada uno de ustedes. ¡La invitación es que no dejen a nadie atrás, siempre a favor de todos y en contra de nadie! (María Angélica Garrido, Bolívar, 2024).

Dimensión ambiental

En palabras de Luis Razeto (1999) “la economía es, en esencia, un proceso de intercambio vital entre el hombre y la naturaleza, por el cual ambos resultan transformados” (p. 10). La relación entre el medioambiente y la economía popular y solidaria es de suma cercanía, ya que esta no exige la sobredemanda de recursos naturales y sus fines son producir lo necesario para la solución de necesidades básicas de su población y no la sobreproducción ni la acumulación sin límite (Coraggio, 2004).

Es claro que en las zonas rurales también se desarrollan actividades de la economía popular, pero existe una mayor concentración de ellas, en las zonas urbanas; las ciudades han demostrado no ser capaces de sobrevivir sin los recursos que se producen en las zonas rurales adyacentes, generando desbalances de orden demográfico, social y ecológico debido a las altas demandas de productos concentradas.

(Coraggio, 2004).

En adición a lo anterior, los escenarios de informalidad, la precariedad, el desconocimiento normativo y como lo define Isabelle Hillenkamp (2016), “De manera general, en un contexto de pobreza, la generación de ingresos prima sobre las dimensiones sociales y, por ende, medioambientales, puesto que conllevan un sobrecoste o un exceso de trabajo” (p. 76).

Dentro de los aspectos que contribuyen a garantizar la sostenibilidad de los micronegocios y actividades de la economía popular, la dimensión ambiental involucra derechos y obligaciones comunes frente al crecimiento económico, la elevación de la calidad de vida y el promover prácticas productivas amigables con los componentes suelo, agua, aire, paisaje (rural y urbano) y bienestar social, este último involucra el preservar la salud de la población (Conesa, 2003; Ley 99, 1993).

Algunas veces el tiempo pasado fue mejor...



Foto: cortesía de Omar Guarín Villazón.

En Magangué (Bolívar), los pescadores manifestaron su gran tristeza y preocupación, por el uso indiscriminado del Trasmallo, que ha venido desplazando la pesca tradicional con atarraya en su canoa, donde se selecciona el pescado apto para el consumo y donde se respeta la biodiversidad de los mares y los ríos.



Hace más o menos 40 años han tratado de recuperar el complejo, porque el río no lo ha abonado con las corrientes que entran a las ciénagas antes, pues artesanalmente pescaban solo con atarrayas y ahora se están utilizando trasmallos y en pocas palabras se ha acabado un complejo en donde antes cogíamos canoas llenas de bocachico y hasta el bagre.

Pero ahora, ha mermado mucho lo que se pueda atrapar, ya que las personas han tratado de tomar por las fuerzas todas estas partes que hacen del complejo cenagoso, ya sea echándole cerca para ganadería o echándole murallas o jarillones para sembrar arroz y nos han taponado los caños que nos trae las aguas del río Magdalena hasta el complejo, claro, hay un conflicto entre actividades productivas, es un conflicto más.

(Testimonio personal, Bolívar, 2024).

Es fundamental tomar conciencia de que no todas las actividades son beneficiosas para el ambiente. Resulta crucial promover prácticas sostenibles, ya que ciertos métodos de pesca, como este, no contribuyen a la protección del medio ambiente.

Foto: cortesía de Omar Guarín Villazón.



Sin embargo, esta zona cuenta con el liderazgo del señor **Omar Guarín Villazón, presidente de la Confederación Mesa Nacional de Pesca Artesanal de Colombia COMENALPAC**, quien relata lo siguiente:

“Esta confederación hace presencia en 22 departamentos, en 536 municipios del país, cuya campaña es la Restauración Integral de los Ecosistemas, para recuperar la pesca artesanal en Colombia. Se han hecho muchas incidencias para dar también el contexto de los derechos de la población vulnerable y vulnerable, se logró contrarrestar la Ley 1851, que buscaba criminalizar y judicializar a los pescadores artesanales y convirtiéndolos en pescadores de subsistencia. Se trabajó la Ley 2268 para darle beneficio a los pescadores en época de verano, sobre un tema de compensación, en tareas conjuntas que se puedan hacer en los ecosistemas, en las ciénagas para que ellos puedan contribuir a la conservación de esos espacios acuáticos y que pueda haber también dinámicas pesqueras.

También se lideró el proceso de caracterización y formalización de pescadores nivel país donde ya se cuenta con un registro ante la AUNAP, que es la Autoridad Nacional de Acuicultura y Pesca, buscando un diagnóstico bastante robusto, referente a las condiciones sociales que hoy vive la población pesquera en todo el país, y se participa en otras mesas como delegados, se hace presencia en la comisión mixta, que es la convención nacional campesina y también hacen parte de la comisión incidental que es la que tiene presencia del campesinado ante el Congreso de la República, para buscar lineamientos y proponer políticas públicas que vayan dirigidas a la población vulnerable y vulnerable”

(Testimonio personal, Bolívar, 2024).

Las anteriores narrativas reflejan una comprensión de la vida comunitaria y la naturaleza como partes inseparables de las actividades económicas. La relación entre las comunidades y su entorno no solo implica una dependencia de recursos naturales como la tierra, el agua y los bosques, sino también una responsabilidad compartida en su preservación.

Sin embargo, prácticas ambientales insostenibles, como el uso del trasmallo o la apropiación indiscriminada de zonas cenagosas para otros usos productivos, han generado conflictos y afectado el sustento de quienes dependen de estos ecosistemas.

El liderazgo de figuras como Omar Guarín Villazón, que impulsa iniciativas de restauración y formalización de la pesca artesanal, es vital para articular los derechos de estas comunidades y su capacidad de acción dentro de las políticas públicas.

Como se observa la protección también es un medio para garantizar la sostenibilidad de las economías populares, en la que la reproducción de la vida misma y los saberes tradicionales son fundamentales para la construcción de una sociedad más justa y sostenible.



Recomendaciones para el impulso de las economías populares desde la oferta de servicios SENA

- 1 Asegurar que las voces de las poblaciones de las economías populares, dentro de ellas indígenas y pesqueras sean escuchadas en la formulación de políticas, permitiendo su participación en mesas de diálogo y decisiones relacionadas con la gestión de recursos naturales.
- 2 Destacar la valía de la cultura y la tradición: integrando el patrimonio cultural, como la música y las prácticas artesanales, en los programas de desarrollo económico, promoviendo un enfoque que valore y respete las tradiciones locales.
- 3 Ampliar la oferta de cursos en asociatividad y cooperativismo.
- 4 Mejorar la cobertura de los programas de certificación de competencias en sectores como la producción artesanal, la agricultura sostenible y la transformación de alimentos.
- 5 Crear jornadas de certificación en las zonas rurales para facilitar el acceso a estos programas sin necesidad de desplazarse a las cabeceras municipales.
- 6 Promover alianzas con asociaciones locales para identificar a los trabajadores que pueden beneficiarse de la certificación de saberes.
- 7 Promover la creación de empresas turísticas locales a través de formación en emprendimiento en este sector.
- 8 Fomentar la articulación entre los micronegocios de artesanías y gastronomía local para potenciar el sector.

- 9 Crear programas de formación técnica y empresarial especialmente dirigidos a mujeres rurales, con enfoque en sectores tradicionales como la artesanía y nuevos como la piscicultura y la agroindustria.
- 10 Ofrecer asistencia técnica para apoyo a los micronegocios en la implementación de sus proyectos, orientando en el uso de tecnologías y buenas prácticas productivas.
- 11 Ofrecer programas para emprendedores rurales y de servicio turístico, que les enseñen a utilizar plataformas de venta en línea, redes sociales y otros medios digitales para la comercialización de sus productos.

Conclusiones

Dimensión Social

- La dimensión social de la población de las economías populares refleja una estructura caracterizada por la adaptabilidad, destacando la diversidad de sujetos sociales cuyo principal recurso es su fuerza laboral.
- Un aspecto clave es la participación de las mujeres en estos emprendimientos, que no solo representan una importante fuente de ingresos familiares, sino también son portadoras y defensoras de prácticas ancestrales.
- La mayoría de los micronegocios en Bolívar son operados por personas en su propio hogar o de manera ambulante, lo que evidencia la informalidad y la necesidad de adaptar estos negocios a las condiciones locales.
- La transmisión intergeneracional de conocimientos y

habilidades, como el tejido de trenzas y la elaboración de dulces tradicionales, subraya el valor del capital cultural en las economías populares.

La autogestión y la formación a través de programas como los del SENA son cruciales para el fortalecimiento de estas iniciativas, ayudando a preservar tanto el patrimonio cultural, como la sostenibilidad económica en el futuro.

- Finalmente, el análisis del sector resalta cómo las dinámicas de las economías populares están entrelazadas con los valores sociales, culturales y familiares, y cómo la colaboración institucional puede ofrecer un soporte crucial para mejorar las condiciones laborales y de vida de sus actores.

Dimensión Cultural

- La dimensión cultural de las economías populares en Bolívar refleja un profundo vínculo entre las actividades productivas y las tradiciones culturales locales, mostrando cómo la economía y la cultura se entrelazan para fortalecer las comunidades.
- El turismo ha sido clave en la economía de Cartagena, proporcionando empleo y oportunidades para muchas familias durante generaciones. Este sector ha permitido a los habitantes mantener una vida digna, lo que refleja la importancia de las actividades económicas relacionadas con el patrimonio cultural local.
- Las familias desempeñan un rol central en la transferencia de conocimientos y habilidades en Bolívar.
- En San Jacinto, la música, especialmente la gaita, se ha convertido en un pilar fundamental de la identidad cultural y económica. Estos saberes musicales, que incluyen la creación de instrumentos y el folklore, han sido fundamentales en la economía de esta región.

- Los relatos destacan cómo las comunidades han sabido adaptarse a los desafíos históricos, como la violencia y la migración, manteniendo vivas sus tradiciones.

Dimensión Organizativa

- En algunos municipios, el proceso de asociatividad sigue siendo limitado, principalmente debido a la falta de apoyo constante y la dedicación necesaria para sostener estas organizaciones. No obstante, iniciativas como la feria Turbaco Emprende demuestran el potencial de las cooperativas y asociaciones para generar nuevas oportunidades de comercialización y fortalecer el tejido social y económico local.
- Es crucial que se continúe promoviendo la creación y el fortalecimiento de organizaciones, apoyando a los emprendedores para que puedan enfrentar los retos del mercado y alcanzar una mayor estabilidad y crecimiento en el tiempo.

Dimensión Productiva

- La población de las economías populares en Bolívar se caracteriza por una notable diversidad de oficios y actividades productivas que permiten la subsistencia de sus integrantes a través de saberes, habilidades y recursos limitados.
- El sector servicios, especialmente en áreas como transporte, almacenamiento, turismo y gastronomía, tiene un rol destacado en la región, beneficiándose de la ubicación estratégica de Bolívar, en particular de su cercanía con Cartagena.
- La mayoría de los micronegocios en Bolívar han comenzado con recursos propios o ahorros personales y aunque muchos logran mantenerse activos durante años, las dificultades de financiación y la falta de formación siguen siendo barreras significativas.

- Es necesario promover estrategias de apoyo y capacitación, como las impulsadas por el SENA, que puedan mejorar las condiciones de estos emprendimientos, fortalecer la inclusión económica y asegurar la sostenibilidad a largo plazo.

Dimensión ambiental

- La dimensión ambiental de las economías populares es fundamental, dado que las actividades productivas en este sector no solo dependen de los recursos naturales, sino que también tienen un impacto directo sobre ellos.
- La creciente urbanización y la concentración de actividades económicas en las ciudades generan desequilibrios ecológicos y sociales.
- Hay esfuerzos individuales para mitigar el impacto ambiental de las diferentes unidades productivas; sin embargo, este suele ser un tema de discusión entre los propietarios.



Tabla de siglas

- **CENU:** Censo Económico Nacional Urbano
- **CIU:** Clasificación Industrial Internacional Uniforme
- **CNPV:** Censo Nacional de Población y Vivienda
- **DANE:** Departamento Administrativo Nacional de Estadística
- **ECp:** Encuesta de Cultura Política
- **ECV:** Encuesta Nacional de Calidad de Vida
- **EMICRON:** Encuesta de Micronegocios
- **EP:** Economía Popular
- **EPS:** Economía Popular Solidaria
- **ENUT:** Encuesta Nacional de Uso del Tiempo
- **GEIH:** Gran Encuesta Integrada de Hogares
- **I.P.M:** Índice de Pobreza Multidimensional
- **LGBTIQ+:** lesbianas, gays, bisexuales, transgénero, intersexuales y queer.
- **P.E.A:** Población Económicamente Activa
- **PIB:** Producto Interno Bruto
- **PIDARET:** Planes Integrales de Desarrollo Agropecuario con Enfoque Territorial
- **P.M:** Pobreza Monetaria
- **PND:** Plan Nacional de Desarrollo
- **SENA:** Servicio Nacional de Aprendizaje
- **SNAIP:** Sistema Nacional de Atención Integral a la Población Desplazada
- **UD:** Unidad Doméstica



Glosario

Actividad económica: es la creación de valor agregado mediante la producción de bienes y servicios en la que intervienen la tierra, el capital, el trabajo y los insumos intermedios. Proceso o grupo de operaciones que combinan recursos tales como equipo, mano de obra, técnicas de fabricación e insumos, para la producción de bienes o servicios; que pueden ser transferidos o vendidos a otras unidades, almacenados como inventario o utilizados por las unidades productoras para su uso final.

Asociatividad: Es la unión de voluntades, iniciativas y recursos por parte de un grupo, alrededor de objetivos comunes, desarrollando un proceso que exige compromiso, persistencia y disciplina.

Caracterización: Es un ejercicio investigativo con el cual se busca identificar las características / atributos más relevantes de los grupos de valor y de interés que son sujetos de los derechos que garantiza una Entidad, con el fin de entregar insumos a las áreas, para mejorar los servicios y trámites de la Entidad.

CampeSENA: Es una estrategia del SENA para promover el reconocimiento de la labor del campesinado colombiano, fortalecer

su economía y facilitar el acceso de esta población a los diferentes programas y servicios del SENA, con justicia social, ambiental y económica.

Economía campesina: Una lógica y organización interna que interrelaciona la tierra disponible con los demás medios de producción y la disponibilidad de la fuerza de trabajo familiar, con las necesidades de subsistencia de la familia y de equilibrar estos factores según su articulación con la dinámica del conjunto de la economía y la existencia de cadenas y circuitos productivos y demográficos.

Economía del cuidado: Comprende la producción, distribución, intercambio y consumo de los servicios de cuidado como el trabajo doméstico y el cuidado no remunerado.

Economía no observada: se refiere a las actividades subterráneas, ilegales, informales o de producción de los hogares para su consumo final propio y que no son capturadas por ninguna operación estadística ni existe fuente de información directa.

Economía popular: La economía popular se refiere a los oficios y ocupaciones mercantiles (producción, distribución y comercialización de bienes y servicios) y no mercantiles (domésticos o comunitarios) desarrollados por unidades económicas de baja escala (personales, familiares, micronegocios o microempresas), en cualquier sector económico.

Los actores de la EP pueden realizar sus actividades de manera individual, en unidades económicas, u organizados de manera asociativa. El impulso a la economía popular parte de una comprensión de sus dinámicas intrínsecas. Estas actividades generan valor social y económico significativo, y una vez entendido su funcionamiento y lógica de acción, se implementarán mecanismos que contribuyan a su crecimiento y productividad.

Economía solidaria: Actividades económicas de tipo asociativo fundadas sobre los valores de solidaridad, autonomía y ciudadanía. Establecimiento: Unidad económica o parte de esta que, en un espacio

independiente, combina factores y recursos para el desarrollo de una actividad económica y respecto de la cual se puede recopilar información para el cálculo de empleo, ingresos y costos. Además, cuenta con instalaciones delimitadas por construcciones que se ubican de forma permanente en un mismo lugar.

Full Popular: es una estrategia del SENA para impulsar la “Economía Popular”, que busca empoderar a emprendedores, micronegocios y unidades productivas personales, familiares, domésticas y comunitarias de cualquier sector económico.

Micronegocio: Es la unidad económica con máximo nueve (9) personas ocupadas, que desarrolla una actividad productiva de bienes o servicios, con el objeto de obtener un ingreso, actuando en calidad de propietario o arrendatario de los medios de producción.

Patrón o empleador(a): son las personas que dirigen su propia empresa económica o ejercen por su cuenta una profesión u oficio, utilizando uno(a) o más trabajadores(as) remunerados(as), empleados(as) y/u obreros(as).

Personal ocupado: corresponde al personal que labora en la empresa o establecimiento, contratado de forma directa (trabajadores que reciben un pago) por esta o a través de empresas especializadas, y a los propietarios, los socios y los familiares sin remuneración fija.

Propietarios o socios: personas que no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado). El propietario es la persona que toma las decisiones de la empresa, los socios trabajan con ellos de forma asociativa.

Reindustrialización: proceso de transformación productiva que busca generar valor agregado en el aparato productivo colombiano, que incluye tanto bienes como servicios, a través de proyectos en apuestas estratégicas intersectoriales y la consolidación de encadenamientos productivos entre regiones y con el mundo, para contribuir con el desarrollo territorial y al cierre de brechas en la economía.

Sector manufactura: la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, la renovación o la reconstrucción de productos se consideran por lo general actividades manufactureras.

Sector servicios: Las actividades desarrolladas por unidades económicas encaminadas a generar o a poner a disposición de personas, hogares o empresas una amplia gama de productos intangibles, que cambian las condiciones de las unidades que los adquieren. Poseen una diversidad de características de acuerdo con las necesidades de quienes los solicitan.

Sector comercio: venta al por mayor y al por menor (venta sin transformación) de cualquier tipo de productos y la prestación de servicios relacionados con la venta de mercancía.

Trabajador familiar no remunerado: todas aquellas personas que viven en el hogar del titular (o titulares) de la empresa propietaria y que trabajan en o para el establecimiento. Laboran por un tiempo no inferior a la tercera parte de la jornada normal (quince horas semanales), no participan en su dirección, y no perciben remuneración regular alguna (es decir, sin que exista una cuantía acordada de remuneración del trabajo realizado).

Trabajador(a) por cuenta propia: son las personas que explotan su propia empresa económica o que ejercen por su cuenta una profesión u oficio con ayuda o no de familiares, pero sin utilizar ningún(a) trabajador(a) (empleado(a) u obrero(a)) remunerado(a). Estas personas pueden trabajar solos o asociados con otras de igual condición.

Trabajadores que reciben un pago: son todas aquellas personas trabajadoras que son contratadas a cambio de un pago, en dinero o en especie, como retribución por las labores realizadas.

Referencias

- Acuerdo 890 de 2023. (2023, 27 de marzo). Por medio del cual se reconocen las ocupaciones y los actores de la economía popular, se crea la alianza público popular como instrumento de reactivación económica, se articulan los sistemas de información y se dictan otras disposiciones. Concejo de Bogotá. https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/adminverblobawa?tabla=T_NORMA_ARCHIVO&p_NORMFIL_ID=37697&f_NORMFIL_FILE=X&inputfileext=NORMFIL_FILENAME
- Conesa, V. (2003). Guía metodológica para la evaluación del impacto ambiental (2.a ed.). Ediciones Mundi-Prensa.
- Coraggio, J. L. (2004). La gente o el capital: desarrollo local y economía del trabajo. Ediciones Abya Yala. <https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/ciudad/20180103040333/gente.pdf>
- Coraggio, J. L. (2011). Economía social y solidaria: trabajo antes que capital. Ediciones Abya-Yala. <https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economiasocial.pdf>
- Coraggio, J. L. (2016). La economía social y solidaria (ESS): niveles y alcances de acción de sus actores. El papel de las universidades. En J. L. Coraggio, J. L. Laville, I. Hillenkamp, I. Farah, J. Jiménez, S. Vega, L. Guridi & J. C. Pérez (Eds.), Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas (pp. 15-38). Ediciones Hegoa. https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/Libro_ESS.pdf
- Coraggio, J. L. (2020). Economía social y economía popular: conceptos básicos. Contribuciones de concejeros. Universidad Nacional General Sarmiento. Buenos Aires, Argentina. <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/coraggio.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Boletín Técnico Encuesta de Micronegocios – EMICRON (2023). <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/bol-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Presentación Encuesta de Micronegocios, Resultados Generales Año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/pres-EMICRON-2023.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Anexo Total Nacional – EMICRON año 2023. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/EMICRON/anex-EMICRON-2023.xlsx>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Censo Económico Nacional Urbano – CENU 2024. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/comercio-interno/censo-economico-de-colombia>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística [DANE]. (2024). Boletín Técnico, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH), mayo - julio de 2024. <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/GEIH/bol-GEIHEISS-may-jul2024.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación [DNP]. (2023). Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, Colombia: Potencia Mundial de la Vida. <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portaDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf>
- Gobernación de Bolívar. (s.f.). Actividad económica y ZODES. <https://www.bolivar.gov.co/web/seccion/bolivar/actividad-economica/> <https://www.bolivar.gov.co/web/seccion/bolivar/zodes/>
- Hillenkamp, I. (2016). Economía Social y Solidaria: conceptos, prácticas y políticas públicas. ¿Innovar para sostenerse? Representaciones y prácticas de Economía Popular Solidaria en América Latina. https://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/libro_ess.pdf

- Ley 99 de 1993. (1993, 22 de diciembre). Ley General Ambiental de Colombia. Diario oficial No 45.196. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). La gran historia detrás de Cartagena de Indias le valió para ser declarada por la UNESCO en 1984 como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad. <https://www.colombia.co/cultura-colombiana/cartagena-490-anos-de-herencia-y-patrimonio/>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Conoce el aviaro nacional. <https://colombia.travel/es/cartagena/conoce-el-aviario-nacional>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.-a). La gran historia detrás de Cartagena de Indias le valió para ser declarada por la UNESCO en 1984 como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad. Recuperado de <https://www.colombia.co/cultura-colombiana/cartagena-490-anos-de-herencia-y-patrimonio/>
- Molano, O. L. (2007). Identidad cultural: un concepto que evoluciona. Revista Opera, Edición No. 7, 69-84. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>
- Parlamento Andino. (s.f.). Fundación de Cartagena. <https://www.parlamentoandino.org/index.php/actualidad/noticias/1432-fundacion-de-cartagena-de-indias-colombia-2>
- Razeto, L. (1999). La economía de solidaridad: concepto, realidad y proyecto. http://www.economiasolidaria.org/documentos/el_factor_c_la_fuerza_de_la_solidaridad_en_la_economia
- Roig, A. (2017). La economía popular como fuente de derechos sobre lo público. En C. Giraldo (Ed.), Economía popular desde abajo (pp. 23-44). Ediciones desde abajo.
- SENA. (2023). Evento de lanzamiento de la estrategia nacional 'Full Popular' 2023. <https://www.youtube.com/watch?v=e96LjBOjjU>
- SENA. (2022, diciembre 9). 45 negocios rurales de Bolívar comercializaron sus productos en 'Turbaco Emprende'. Recuperado de <https://www.sena.edu.co>



Jorge Eduardo Londoño Ulloa
Director General del SENA

David Enrique Garzón García
Director de Promoción y Relaciones Corporativas

Luis Alejandro Jiménez Castellanos
Director del Sistema Nacional de Formación para el Trabajo

Yudy Torres Pérez
Coordinadora Nacional de Relacionamento con la Ciudadanía

Equipo de investigación

Carlos Arturo Riaño Puentes
Investigador – Dinamizador

Érika Tibavija Alfonso
Doris Enith Briseño Moreno
Comunicadoras Sociales

Alba Lucía Corredor Esteban
María Paula Vargas Parra
Investigadoras Temáticas

Alejandra Cortes Ortiz
Aprendiz SENA

Oficina de Comunicaciones

4E SAS

Oscar Darío Calle Vargas
Diseño y diagramación

Valeria Quintero Cuervo
Ilustración

Luz Elena Cuervo
Dirección creativa



@SENACOMUNICA

www.sena.edu.co

Canales telefónicos:

Líneas de atención a la ciudadanía, empresas y PQRS.

Bogotá: +(57) 601 736 60 60

Línea gratuita y resto del país: 018000 910270